

ABSTRAK

Ekspectanica adalah Event musik dan pameran seni yang menampilkan berbagai artis dan musisi Indonesia, tur konser ini berlangsung di beberapa kota di Pulau Jawa untuk mengajak penikmat musik mengeksplorasi keindahan alam, kuliner khas, dan kebudayaan lokal di setiap kota yang dikunjungi, serta beradaptasi dengan tradisi setempat. Ekspectanica menggunakan Tiktok untuk menyebarluaskan informasi dan promosi untuk menjangkau audiens secara luas, tujuannya adalah untuk menganalisis strategi pemanfaatan media sosial yang dilakukan oleh festival musik Ekspectanica terhadap promosi yang dilakukan, studi ini menggunakan pendekatan kualitatif metode konstruktivisme, dengan pengumpulan data melalui wawancara dan observasi, serta strategi pemanfaatan melalui teori Kaplan & Heinlein (2010). Hasilnya menunjukkan bahwa Ekspectanica mengimplemenasikan strategi pemanfaatan media, yang meliputi user participation, two-way communication, dan content management. Dalam proses Ekspectanica mengimplementasikan strategi promosi yang efektif melalui TikTok, dengan memanfaatkan fitur video pendek, hashtag challenge, dan kolaborasi dengan influencer. Penggunaan TikTok terbukti meningkatkan visibilitas, partisipasi, dan minat terhadap event musik Ekspectanica, serta memperluas jangkauan audiens yang signifikan. Membuat pengguna merasa puas dengan konten-konten yang diberikan, Ekspectanica telah berhasil memaksimalkan strategi pemanfaatan media sosial melalui strategi yang inovatif dan interaktif, TikTok menjadi alat yang efektif untuk mendukung kesuksesan promosi event musik Ekspectanica selanjutnya.

Kata Kunci: Event Musik, Media Sosial, Promosi, Tiktok